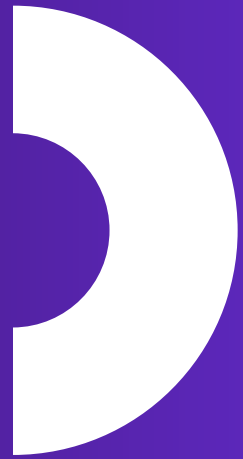


B2B-Vertrieb Report 2025



Zukunftsfähiger B2B-Vertrieb:
Technologie, Prozesse und Menschen
zusammenbringen

Inhalt

Herausforderungen im modernen B2B-Vertrieb **Seite 5**

Technologie, Prozesse und Menschen synchronisieren **Seite 15**

Ausblick **Seite 27**



Vom klassischen Verkauf bis zur digitalen Gegenwart

Früher lebte der B2B-Vertrieb oft von persönlichen Kontakten und Empfehlungen. Heute ist das nicht mehr genug. Kunden sind gut informiert, recherchieren selbst und vergleichen mehrere Anbieter, bevor sie sich entscheiden. Das gilt besonders für IT-Unternehmen, B2B-Dienstleister und Agenturen, die komplexe Lösungen anbieten und einen harten Wettbewerb spüren.



Daher ist es wichtig, Technologie, Prozesse und Menschen eng miteinander zu verzahnen. Nur so schaffst Du es, zukunftsfähig zu bleiben und den modernen Anforderungen im B2B-Vertrieb gerecht zu werden.

Dirk Krause

Inhaber uniqueS NEXT

Über uniqueS NEXT

uniqueS NEXT steht für moderne Vertriebs- und Marketingentwicklung mit einem klaren Ziel: Prozesse, Technologie und Menschen effizient zu verbinden. Unser Ansatz vereint strategische Weitsicht mit praxisnaher Umsetzung, um Unternehmen fit für die Zukunft zu machen.

Mit klarem Fokus auf digitale Prozesse, Automatisierung und eine datengestützte Vertriebsstrategie schaffen wir messbare Ergebnisse. Gleichzeitig stärken wir Teams durch gezielte Entwicklung, um technologische Lösungen effektiv einzusetzen. uniqueS NEXT – für nachhaltiges Wachstum, das Strategie, Struktur und Menschlichkeit vereint.



Unsere Vision

Wir wollen den Vertrieb verändern und in die Zukunft führen. Dabei betrachten wir ihn aus zwei essenziellen Perspektiven: der menschlichen und der technologischen. Unser Ziel ist es, Unternehmen nachhaltig erfolgreicher zu machen – durch die Verbindung digitaler Innovationen mit menschlichem Potenzial. Echter Vertriebserfolg entsteht dort, wo smarte Prozesse Effizienz schaffen und Menschen den Unterschied machen.

Wir begleiten Unternehmen mit traditionellem Vertrieb in eine neue Zeit: Technologie und Mensch werden vereint, und Vertrieb wird ganzheitlich und zukunftsorientiert gedacht. Unser Anspruch ist es, Silodenken aufzubrechen und Offenheit für neue Wege zu schaffen – weg vom "Das geht gerade nicht" hin zu einem proaktiven, zukunftsgerichteten Handeln.

Kapitel 1: Wesentliche Herausforderungen im modernen B2B-Vertrieb



1.1 Der informierte Kunde

Herausforderungen und Chancen für den B2B-Vertrieb

Die Digitalisierung hat die Art und Weise, wie B2B-Kunden Kaufentscheidungen treffen, grundlegend verändert. Kunden sind heute besser informiert und haben höhere Erwartungen als je zuvor.

Dies stellt B2B-Unternehmen vor neue Herausforderungen, bietet aber auch große Chancen, wenn sie sich auf die veränderten Bedürfnisse der Kunden einstellen.

Frühe Kaufentscheidungen: Der Kunde als Experte

B2B-Kunden informieren sich heute umfassend, bevor sie überhaupt mit einem Vertriebsteam in Kontakt treten.

Sie nutzen eine Vielzahl von Ressourcen, um sich ein Bild von potenziellen Anbietern und deren Lösungen zu machen.

Dazu gehören Online-Suchmaschinen, Fachartikel, Whitepaper, Fallstudien, Webinare, Online-Demonstrationen, Kundenbewertungen und Social Media.

Dieser Trend ist eng mit der zunehmenden Digitalisierung der B2B-Beschaffungsprozesse verbunden. Kunden haben heute einfachen Zugang zu einer Fülle von Informationen und nutzen diese, um sich selbst ein Bild von den verschiedenen Optionen zu machen.



1.1 Der informierte Kunde

Bedeutung von Content-Marketing: Wissen als Wettbewerbsvorteil

In diesem Umfeld spielt Content-Marketing eine entscheidende Rolle. Kunden suchen nach Expertenwissen und Best Practices, um ihre Herausforderungen zu lösen. Unternehmen, die hochwertige und informative Inhalte bereitstellen, können sich als vertrauenswürdige Partner positionieren und die Kunden frühzeitig im Entscheidungsprozess beeinflussen.

Content-Marketing ist eine effektive Strategie, um die Sichtbarkeit zu erhöhen, Leads zu generieren und die Kundenbindung zu stärken.

Es geht darum, relevante und ansprechende Inhalte zu erstellen, die auf die Bedürfnisse und Interessen der Zielgruppe zugeschnitten sind.

Bedeutung von Kundenbewertungen: Vertrauen als Währung

Kunden vertrauen oft den Meinungen anderer Kunden mehr als den Aussagen von Unternehmen. Positive Bewertungen und Erfahrungsberichte können daher einen großen Einfluss auf die Kaufentscheidung haben.

Unternehmen sollten aktiv positive Bewertungen fördern und auf negative Bewertungen professionell reagieren.

Kundenbewertungen sind ein wichtiger Bestandteil des Social Proof. Sie geben potenziellen Kunden einen Einblick in die Erfahrungen anderer Kunden mit dem Anbieter und können das Vertrauen in das Unternehmen stärken.



1.1 Der informierte Kunde

Bedarf an Individualisierung: Lösungen nach Maß

Standardlösungen reichen heute kaum noch aus. Kunden wollen passgenaue Angebote, die auf ihre spezifischen Branchenanforderungen und individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Unternehmen, die in der Lage sind, flexible und anpassbare Lösungen anzubieten, haben einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Die Individualisierung von Produkten und Dienstleistungen ist ein wichtiger Trend im B2B-Bereich. Kunden erwarten, dass Unternehmen ihre spezifischen Bedürfnisse verstehen und ihnen maßgeschneiderte Lösungen anbieten können.

Schnelle Antworten und durchgängige Betreuung: Zeit als entscheidender Faktor

In der heutigen schnelllebigen Welt erwarten Kunden schnelle Antworten und eine durchgängige Betreuung. Lange Wartezeiten können das Vertrauen in ein Unternehmen untergraben und dazu führen, dass Kunden sich für einen anderen Anbieter entscheiden.

Unternehmen sollten sicherstellen, dass sie über effiziente Prozesse verfügen, um Kundenanfragen schnell und kompetent zu beantworten.

Die Kundenorientierung ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg im B2B-Bereich. Kunden erwarten, dass Unternehmen ihre Bedürfnisse ernst nehmen und ihnen einen exzellenten Service bieten.

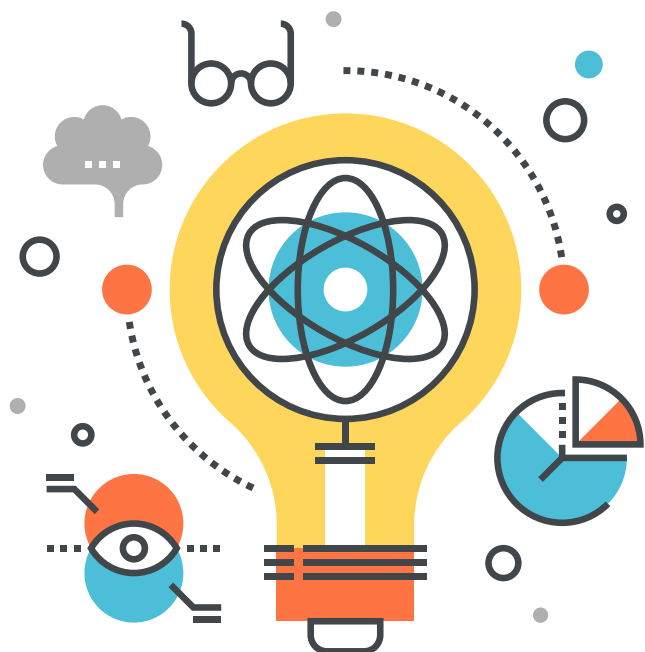


1.1 Der informierte Kunde

Den informierten Kunden verstehen und bedienen

Der informierte Kunde stellt B2B-Unternehmen vor neue Herausforderungen. Es ist entscheidend, die veränderten Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden zu verstehen und sich darauf einzustellen.

Unternehmen, die in der Lage sind, hochwertige Inhalte bereitzustellen, positive Kundenbewertungen zu fördern, individuelle Lösungen anzubieten und schnelle Antworten zu geben, werden in diesem Umfeld erfolgreich sein.



1.2 Herausforderungen für Vertriebsteams

Zwischen Effizienz und Kundenorientierung

Die veränderte Kundenlandschaft und die fortschreitende Digitalisierung stellen B2B-Vertriebsteams vor eine Vielzahl von Herausforderungen. Diese reichen von zeitaufwändigen administrativen Aufgaben über die Notwendigkeit kontinuierlicher Weiterbildung bis hin zur effektiven Nutzung neuer Technologien.

Zeitfresser und Verwaltungsaufwand: Produktivität unter Druck

Vertriebsmitarbeiter verbringen oft einen erheblichen Teil ihrer Arbeitszeit mit administrativen Aufgaben, wie der Erstellung von Angeboten, der Pflege von Kundendaten und der Abstimmung mit anderen Abteilungen. Diese Tätigkeiten rauben wertvolle Zeit, die für die eigentliche Vertriebsarbeit fehlt.

Studien zeigen, dass Vertriebsmitarbeiter im Durchschnitt nur etwa 30 % ihrer Zeit mit dem Verkauf verbringen. Der Rest wird für administrative Aufgaben, interne Meetings und andere Tätigkeiten aufgewendet. Dies führt zu Produktivitätseinbußen und reduziert die Effektivität des Vertriebsteams.



1.2 Herausforderungen für Vertriebsteams

Bedeutung von Schulungen und Weiterbildungen: Schritt halten mit dem Wandel

Die B2B-Welt ist ständig im Wandel. Neue Technologien, veränderte Kundenbedürfnisse und innovative Vertriebsmethoden erfordern von Vertriebsmitarbeitern, dass sie sich kontinuierlich weiterbilden und ihre Kompetenzen ausbauen.

Unternehmen, die in Schulungen und Weiterbildungen investieren, stellen sicher, dass ihre Vertriebsteams auf dem neuesten Stand sind und effektiv arbeiten können.

Eine Studie von LinkedIn Learning hat ergeben, dass 76 % der Arbeitnehmer es vorziehen, in einem Unternehmen zu arbeiten, das ihnen Möglichkeiten zur Weiterbildung bietet. Dies zeigt die Bedeutung von Schulungen und Weiterbildungen für die Mitarbeiterzufriedenheit und die Attraktivität des Unternehmens als Arbeitgeber.

Bedeutung von Soft Skills: Mehr als nur Fachwissen

Neben Fachwissen sind im B2B-Vertrieb auch ausgeprägte Soft Skills von entscheidender Bedeutung. Kommunikationsfähigkeit, Empathie, Überzeugungskraft und Verhandlungsgeschick sind nur einige der Fähigkeiten, die Vertriebsmitarbeiter benötigen, um erfolgreich zu sein. Unternehmen, die Wert auf die Entwicklung von Soft Skills legen, können ihre Vertriebsteams effektiver machen und die Kundenbeziehungen stärken.

Eine Studie von HubSpot hat ergeben, dass 85 % der B2B-Käufer es wichtig finden, dass Vertriebsmitarbeiter über gute Kommunikationsfähigkeiten verfügen. Dies unterstreicht die Bedeutung von Soft Skills für den Erfolg im B2B-Vertrieb.



1.2 Herausforderungen für Vertriebsteams

Datenchaos durch getrennte Systeme: Der Kunde im Dunkeln

In vielen Unternehmen sind Kundendaten und Projektinformationen über verschiedene Systeme verstreut. Dies erschwert einen ganzheitlichen Blick auf den Kunden und kann zu Ineffizienz und Fehlentscheidungen führen. Unternehmen, die ihre Systeme integrieren und eine zentrale Datenbasis schaffen, können ihre Vertriebsprozesse optimieren und die Kundenbeziehungen verbessern.

Eine Studie von Salesforce hat ergeben, dass 64 % der Vertriebsmitarbeiter der Meinung sind, dass sie mehr Einblick in die Kundendaten benötigen, um effektiver zu sein. Dies zeigt die Bedeutung einer zentralen Datenbasis für den Erfolg im B2B-Vertrieb.

Überforderung durch neue Technologien: Die Technik als Stolperstein

Ständig entstehen neue Technologien, die den Vertrieb verbessern sollen. Doch ohne eine vernünftige Einarbeitung können diese Technologien schnell zu einer Belastung werden. Unternehmen sollten sicherstellen, dass ihre Vertriebsmitarbeiter über die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen, um neue Technologien effektiv zu nutzen.

Eine Studie von Gartner hat ergeben, dass 70 % der Unternehmen, die in neue Vertriebstechnologien investieren, keine signifikanten Verbesserungen in ihrer Vertriebsleistung feststellen.

Dies liegt oft daran, dass die Technologien nicht richtig implementiert oder von den Mitarbeitern nicht effektiv genutzt werden.



1.2 Herausforderungen für Vertriebsteams

Herausforderungen meistern und Vertriebserfolg steigern

Die Herausforderungen für B2B-Vertriebsteams sind vielfältig. Unternehmen, die diese Herausforderungen erkennen und angehen, können ihre Vertriebsprozesse optimieren, die Effizienz steigern und die Kundenbeziehungen stärken.

Investitionen in Schulungen und Weiterbildungen, die Entwicklung von Soft Skills, die Integration von Systemen und die effektive Nutzung neuer Technologien sind entscheidende Faktoren für den Erfolg im B2B-Vertrieb.



1.3 Steigender Wettbewerbsdruck

Differenzierung als Erfolgsfaktor

Die Globalisierung und die Digitalisierung haben den Wettbewerb im B2B-Bereich erheblich verschärft. Neue Marktteilnehmer drängen auf den Markt, oft mit innovativen Lösungen und niedrigeren Preisen.

Dies stellt Unternehmen vor große Herausforderungen, bietet aber auch Chancen, wenn sie sich differenzieren und ihre Stärken ausspielen.

Globalisierung und neue Marktteilnehmer: Der Wettbewerb wird global

Viele Dienstleistungen, IT- und Agenturleistungen sind heute ortsunabhängig. Dies hat dazu geführt, dass neue Anbieter aus der ganzen Welt in den Markt drängen, was den Wettbewerbsdruck erhöht.

Oftmals bieten diese neuen Marktteilnehmer ihre Leistungen zu niedrigeren Preisen an, was Unternehmen zusätzlich unter Druck setzt.

Die Globalisierung hat den Handel und den Wettbewerb über Ländergrenzen hinweg erleichtert. Dies hat zu einer größeren Vielfalt an Anbietern geführt, aber auch den Wettbewerb intensiviert.

Digitalisierte Konkurrenz: Schnelligkeit und Effizienz als Wettbewerbsvorteil

Wettbewerber, die ihre Abläufe automatisieren und digitale Services anbieten, wirken moderner und sind oft schneller als traditionelle Unternehmen. Dies ist ein wichtiger Wettbewerbsvorteil, da Kunden heute schnelle Antworten und effiziente Lösungen erwarten.

Die Digitalisierung hat die Art und Weise, wie Unternehmen arbeiten und mit Kunden interagieren, grundlegend verändert. Unternehmen, die ihre Prozesse digitalisieren und ihren Kunden digitale Services anbieten, können sich von der Konkurrenz abheben und ihre Marktposition stärken.

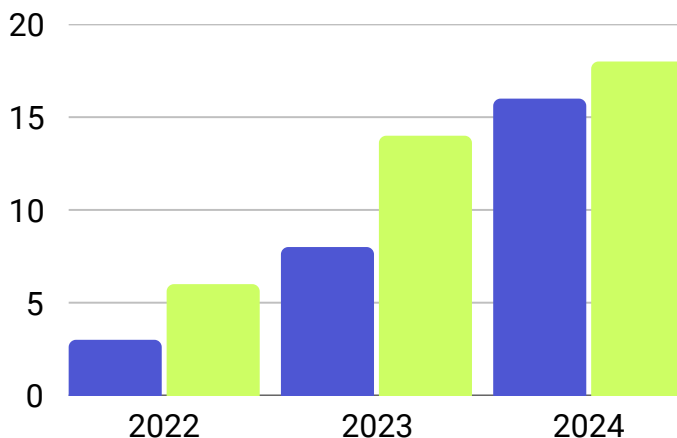
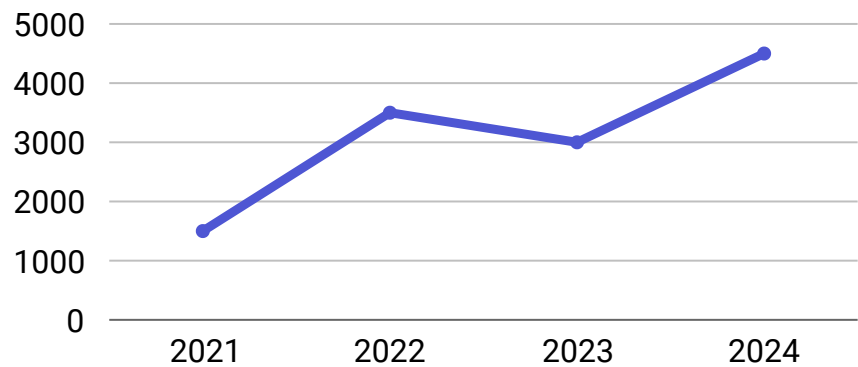
Kapitel 2: Technologie, Prozesse und Menschen synchronisieren



2.1 Technologie: Automatisieren und Vernetzen

CRM-Systeme können die Kundenzufriedenheit um bis zu 20 % steigern.

(Quelle: Salesforce)



▲ 50%

Effektivität: Unternehmen, die Lead-Nurturing betreiben, generieren 50 % mehr Verkaufsbereitschaft Leads zu geringeren Kosten. (Quelle: Forrester)



Technologie: Automatisieren und Vernetzen für mehr Effizienz und Kundenzentrierung

Die Digitalisierung hat die Art und Weise, wie B2B-Unternehmen arbeiten und mit ihren Kunden interagieren, revolutioniert. Technologie spielt heute eine entscheidende Rolle bei der Automatisierung von Prozessen, der Vernetzung von Daten und der Verbesserung der Kundenbeziehungen.





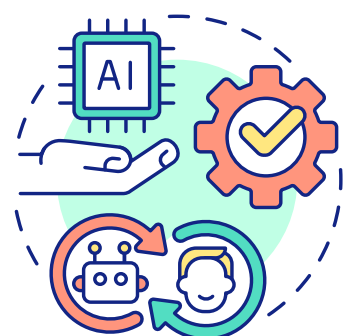
Bedeutung von CRM-Systemen: Der Kunde im Fokus

CRM-Systeme (Customer Relationship Management) sind in vielen B2B-Bereichen unverzichtbar. Sie ermöglichen es Unternehmen, Kundendaten zentral zu verwalten, Vertriebsprozesse zu steuern und die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Abteilungen zu erleichtern.

Ein gut implementiertes CRM-System bietet einen ganzheitlichen Blick auf den Kunden und ermöglicht es Unternehmen, ihre Kundenbeziehungen zu personalisieren und zu stärken.

CRM-Systeme haben sich von reinen Kontaktmanagement-Tools zu umfassenden Plattformen für Vertrieb, Marketing und Kundenservice entwickelt.

Sie bieten Unternehmen die Möglichkeit, ihre Kunden besser zu verstehen, ihre Interaktionen zu personalisieren und ihre Vertriebsprozesse zu optimieren.





KI-gestützte Follow-ups: Intelligente Unterstützung im Vertrieb

Künstliche Intelligenz (KI) wird im B2B-Vertrieb zunehmend eingesetzt, um Prozesse zu automatisieren und die Effizienz zu steigern.

KI-gestützte Follow-ups analysieren das Verhalten von Interessenten und geben Handlungsempfehlungen für Vertriebsmitarbeiter. Sie helfen, die richtigen Leads zur richtigen Zeit zu kontaktieren und die Kundenbeziehungen zu personalisieren.

KI-basierte Lösungen bieten Unternehmen die Möglichkeit, große Datenmengen zu analysieren und Muster zu erkennen, die für den Vertrieb relevant sind.

Dies ermöglicht es Vertriebsmitarbeitern, ihre Zeit effizienter zu nutzen und sich auf die vielversprechendsten Leads zu konzentrieren.





Customer Wheel statt linearer Journey: Den Kunden langfristig binden

Das traditionelle Konzept der linearen Customer Journey wird zunehmend durch das Customer Wheel ersetzt. Das Customer Wheel betrachtet den Kunden als Teil eines kontinuierlichen Kreislaufs, der auch nach dem Kauf noch Service, Updates und weitere Angebote umfasst.


Dieser Ansatz betont die Bedeutung der langfristigen Kundenbeziehung und der Kundenbindung.

In der heutigen wettbewerbsintensiven B2B-Landschaft ist die Kundenbindung wichtiger denn je. Das Customer Wheel hilft Unternehmen, ihre Kunden langfristig zu binden und ihren Customer Lifetime Value zu erhöhen.





Bedeutung von Cloud-Lösungen: Flexibilität und Kosteneffizienz

 Cloud-Lösungen bieten Unternehmen die Möglichkeit, ihre IT-Infrastruktur flexibler und kostengünstiger zu gestalten.

Sie ermöglichen den Zugriff auf Daten und Anwendungen von überall und zu jeder Zeit und reduzieren den Aufwand für die Wartung und den Betrieb der IT-Infrastruktur.

Cloud-Lösungen haben sich zu einem wichtigen Bestandteil der IT-Strategie vieler Unternehmen entwickelt. Sie bieten eine hohe Flexibilität, Skalierbarkeit und Kosteneffizienz und ermöglichen es Unternehmen, sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren.





Technologie als Enabler für den B2B-Vertrieb

Technologie ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg im B2B-Vertrieb.

CRM-Systeme, Lead-Scoring und Nurturing, KI-gestützte Lösungen, das Customer Wheel und Cloud-Lösungen bieten Unternehmen die Möglichkeit, ihre Prozesse zu automatisieren, ihre Kundenbeziehungen zu stärken und ihre Effizienz zu steigern.

Unternehmen, die diese Technologien effektiv einsetzen, sind besser gerüstet, um in der heutigen wettbewerbsintensiven B2B-Landschaft erfolgreich zu sein.



2.2 Prozesse: Klar strukturieren und automatisieren



Prozesse: Klar strukturieren und automatisieren für mehr Effizienz und Wachstum

Effiziente und gut strukturierte Prozesse sind das Rückgrat eines erfolgreichen B2B-Vertriebs. Sie ermöglichen es Unternehmen, ihre Abläufe zu optimieren, Fehler zu reduzieren und ihre Ressourcen effektiver einzusetzen. In der heutigen schnelllebigen Geschäftswelt ist es entscheidend, Prozesse klar zu definieren, sie mit Hilfe von Technologie zu automatisieren und sie agil an Veränderungen anzupassen.

Bedeutung von klaren Prozessen: Effizienz und Fehlerreduktion

Ein klar definierter Vertriebsprozess, der von der Leadgenerierung bis zum Vertragsabschluss reicht, macht Abläufe effektiver und reduziert Fehler. Er stellt sicher, dass alle Beteiligten wissen, welche Schritte in welcher Reihenfolge zu erfolgen haben und welche Verantwortlichkeiten sie tragen. Dies führt zu einer höheren Effizienz und einer besseren Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Abteilungen.

Studien haben gezeigt, dass Unternehmen mit klar definierten Vertriebsprozessen eine höhere Conversion-Rate und einen höheren Umsatz erzielen. Klare Prozesse helfen, Engpässe zu identifizieren, Ineffizienzen zu beseitigen und die Vertriebsleistung insgesamt zu verbessern.

Vernetzte CRM- und Analysetools: Die Grundlage für datengestützte Entscheidungen

Die Vernetzung von CRM- und Analysetools ist entscheidend, um eine einheitliche Datenbasis zu schaffen und Lücken oder Doppelarbeit zu vermeiden.

Eine solche Integration ermöglicht es Unternehmen, einen umfassenden Überblick über ihre Kunden zu gewinnen und datengestützte Entscheidungen zu treffen.

2.2 Prozesse: Klar strukturieren und automatisieren



Automatisierte Nachfassaktionen: Kundenbindung und Umsatzsteigerung

Automatisierte Nachfassaktionen sind ein effektives Mittel, um inaktive Kunden oder Leads gezielt zu reaktivieren. Durch den Einsatz von Automatisierung können Unternehmen sicherstellen, dass sie ihre Kunden regelmäßig kontaktieren und sie über neue Produkte, Dienstleistungen oder Angebote informieren.

Automatisierte Nachfassaktionen helfen Unternehmen, ihre Kundenbeziehungen zu pflegen und den Umsatz zu steigern. Sie ermöglichen es, personalisierte Nachrichten zu versenden und die Kundenbindung zu stärken.

Bedeutung von agilen Methoden: Flexibilität und Anpassungsfähigkeit

Agile Methoden ermöglichen es Unternehmen, ihre Vertriebsprozesse flexibel anzupassen und schnell auf Veränderungen zu reagieren. In der heutigen dynamischen Geschäftswelt ist es wichtig, dass Unternehmen in der Lage sind, ihre Prozesse kontinuierlich zu überprüfen und zu optimieren.

Agile Methoden haben sich in vielen Bereichen als äußerst effektiv erwiesen, um Projekte erfolgreich abzuschließen und auf Veränderungen zu reagieren. Auch im Vertrieb können agile Methoden eingesetzt werden, um die Effizienz zu steigern und die Kundenbeziehungen zu verbessern.

Prozesse als Wettbewerbsvorteil

Klar strukturierte und automatisierte Prozesse sind ein entscheidender Wettbewerbsvorteil für B2B-Unternehmen. Sie ermöglichen es, die Effizienz zu steigern, Fehler zu reduzieren, die Kundenbeziehungen zu stärken und schneller auf Veränderungen zu reagieren.

Unternehmen, die ihre Prozesse kontinuierlich optimieren und an die Bedürfnisse ihrer Kunden anpassen, sind besser gerüstet, um in der heutigen wettbewerbsintensiven B2B-Landschaft erfolgreich zu sein.

2.3 Menschen: Kompetenzen aufbauen und Zusammenarbeit fördern

Zusammenarbeit als Erfolgsfaktor

In der dynamischen B2B-Welt sind kompetente und motivierte Mitarbeiter entscheidend. Kontinuierliches Lernen ist unerlässlich, um mit neuen Technologien und Kundenbedürfnissen Schritt zu halten.

Mitarbeiter, die ihr Wissen teilen und sich als Experten positionieren, stärken das Unternehmen. Gemeinsame Strategien und Materialien fördern die Zusammenarbeit und verbessern die Kundenansprache. Führungskräfte spielen eine Schlüsselrolle, indem sie Mitarbeiter motivieren, unterstützen und eine positive Arbeitskultur schaffen.

Nur so können Unternehmen langfristig erfolgreich sein.



Unternehmen müssen bereit sein, sich auf die Veränderungen im Markt, den Kundenbedürfnissen und bei den Mitarbeitenden einzustellen.



Kapitel 3: Ausblick

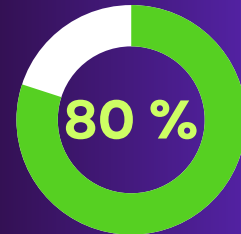


Ein Blick in die Zukunft

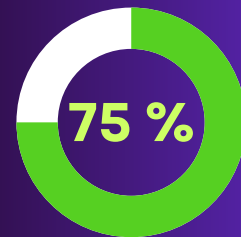
Der B2B-Vertrieb wird sich weiter digitalisieren. Kunden legen Wert auf schnelle Reaktionszeiten, personalisierte Angebote und eine nahtlose Kundenreise. KI-basierte Tools und automatisierte Prozesse werden an Bedeutung gewinnen. Dennoch bleibt der Mensch der Schlüssel: Gerade bei komplexen Projekten zählt echte Beratungskompetenz und Empathie.



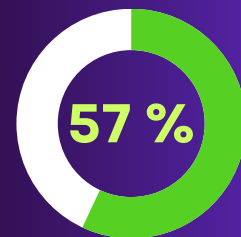
B2B-Entscheider wollen digitale Interaktionen



Personalisierte Angebote



Unternehmen nutzen KI-Tools



3.1 Studien und Umfragen

Digitalisierung des B2B-Vertriebs

- McKinsey: Laut einer McKinsey-Studie bevorzugen fast 80 % der B2B-Entscheider digitale Interaktionen und Remote-Beziehungen. Dies zeigt deutlich die Verlagerung hin zu digitalen Kanälen im B2B-Vertrieb.
- Forrester: Forrester-Research hat herausgefunden, dass B2B-Kunden heute durchschnittlich 12 Online-Suchen durchführen, bevor sie mit einem Anbieter in Kontakt treten. Dies unterstreicht die Bedeutung einer starken Online-Präsenz und relevanter Inhalte.

Kundenorientierung

- Salesforce: Eine Salesforce-Studie ergab, dass 75 % der B2B-Kunden personalisierte Angebote erwarten. Dies zeigt, dass Unternehmen, die auf individuelle Bedürfnisse eingehen, erfolgreicher sind.
- Gartner: Gartner hat herausgefunden, dass schnelle Reaktionszeiten für B2B-Kunden von entscheidender Bedeutung sind. 64 % der Kunden erwarten eine Antwort innerhalb einer Stunde.

Bedeutung von KI und Automatisierung

- HubSpot: Laut HubSpot nutzen bereits 57 % der B2B-Unternehmen KI-basierte Tools im Vertrieb. Diese helfen bei der Leadgenerierung, der Personalisierung von Angeboten und der Automatisierung von Prozessen.
- LinkedIn: Eine LinkedIn-Studie zeigt, dass Unternehmen, die Vertriebsprozesse automatisieren, eine um 10 % höhere Produktivität verzeichnen.

Menschliche Komponente bleibt entscheidend

- CSO Insights: CSO Insights hat herausgefunden, dass komplexe B2B-Verkäufe, die eine hohe Beratungskompetenz erfordern, nach wie vor von persönlichen Beziehungen und Vertrauen geprägt sind.
- Harvard Business Review: Ein Artikel in der Harvard Business Review betont die Bedeutung von Empathie im B2B-Vertrieb.
- Kunden schätzen es, wenn ihre Bedürfnisse verstanden werden und der Verkäufer als vertrauenswürdiger Berater agiert.

3.2 Checkliste

Bereich	Maßnahme	Priorität
Technologie	CRM-System einführen oder optimieren	Hoch
	Lead-Scoring einrichten und automatisieren	Mittel
	KI-gestützte Analysen für Follow-ups prüfen	Niedrig
	Cloud-Lösungen für CRM und andere Tools evaluieren	Mittel
Prozesse	Vertriebsabläufe definieren (Lead bis Abschluss)	Hoch
	Prozess-Automatisierungen (z.B. Angebotserstellung) umsetzen	Mittel
	CRM und andere Tools (Projektmanagement, Marketing) verbinden	Mittel
	Agile Methoden für Vertriebsprozesse evaluieren	Niedrig
Menschen	Schulungsplan für neue Technologien erstellen	Hoch
	Führungskräfte in Coaching-Methoden schulen	Mittel
	Enge Zusammenarbeit von Vertrieb und Marketing organisieren	Hoch
	Diversity im Vertriebsteam fördern	Mittel
Differenzierung	Eigene USP klar definieren und kommunizieren	Hoch
	Hochwertige Inhalte (Whitepaper, Blogposts, Videos) produzieren	Mittel
	Kundenservice und Markenauftritt stetig optimieren	Hoch
	Kooperationen mit anderen Unternehmen prüfen	Mittel

Erklärung der Prioritäten

- Hoch: Diese Maßnahmen sind entscheidend für einen zukunftsfähigen B2B-Vertrieb und sollten so schnell wie möglich umgesetzt werden.
- Mittel: Diese Maßnahmen sind wichtig, um den B2B-Vertrieb weiter zu verbessern und sollten in naher Zukunft umgesetzt werden.
- Niedrig: Diese Maßnahmen sind optional und können bei Bedarf umgesetzt werden.

Nächste Schritte 2025

Perspektiv-Call

Wir sprechen unverbindlich über deine Ziele oder Herausforderungen. Du bekommst erste Impulse.

Analyse

Wir analysieren deinen Vertrieb mit unserem 360 Grad Ansatz und besprechen anschließend die Ergebnisse.

Angebot

Du bekommst ein individuelles Angebot, das zu deinen Zielen und Themen passt.

Zukunftswerkstatt

in einem Workshop mit deinem Team besprechen wir die nächsten Schritte und nehmen deren Anregungen auf.

Umsetzung

Wir gehen in die Umsetzung und optimieren die für dich und dein Unternehmen relevanten Punkte.

Ergebnisse

Je nach Umfang wirst du innerhalb von 12 Wochen sichtbare Ergebnisse erzielen.



Buche jetzt einen Perspektiv-Call

Hier geht es zum Kalender:
[Jetzt Termin buchen](#)

uniqueS NEXT

Ansprechpartner: Dirk Krause

www.dirkkrause.com

